Nr. 7 Lipiec 1929 Rok II

BARWA I RYSUNEK

BEZPŁATNY DODATEK DO „GAZETY MALARSKIEJ“ DLA MŁODZIEŻY

Abonenci Gazety Malarskiej zamawiać mogą osobno dodatek „Barwa i Rysunek“ za opłatą zł 1,— na kwartał

Dr. Rządkowski

Wprowadzanie ucznia w jego obowiązki i prawa

II.

Wolny czas uczeń winien wykorzystać do odpoczynku na łonie natury, a jeśli pogoda nie jest odpowiednia, trzeba usiąść sobie w domu i uczyć się, ćwiczyć się w malowaniu i rysowaniu itp. Przedewszystkiem trzeba wyzwolić się z przewidzenia, że można dokonać wielkich rzeczy bez przygotowania. Nie trzeba zapominać o tem, że wszyscy ludzie, czy to największy artysta, czy najbogatszy miljoner, rozpoczynali swój bieg życia jako ludzie mali, nieznani i że musieli dokładać cegiełkę do cegiełki, zanim osiągnęli swe bogactwo lub swą sławę. Bardzo długo trwa, zanim można wystąpić jako człowiek wydoskonalony, zanim można powiedzieć: „Obecnie jestem tem, czem być chciałem!“ I nawet wtenczas jeszcze ukazują się braki. Całe życie trzeba się uczyć. Stąd w praktyce trzeba rozpoczynać od roboty najniższej, a przy ćwiczeniach w malowaniu i rysowaniu, od rzeczy najprostszych. Często nawet najprostsze jest bardzo trudne i wymaga wielu starań zanim wejdzie w głowę i zanim ręka się przyzwyczai do prowadzenia pendzla i ołówka.

Wiem bardzo dobrze, z jakiemi iluzjami młodzi ludzie wybierają sobie swój zawód. Chcę się zostać malarzem, ponieważ polichromowane kościoły wywierają na uczucie taki urok nieprzezwyciężony. Widziało się malarza, który wyczarowywał na suficie w jakiejś sali kwiaty, róże, figury i pejsaże, ale nie pomyślało się, ile trzeba nauk, aby stać się podobnym tym ludziom. Dużo należy do tego, aby prawidłowo namalować ornament i dlatego, że o tem uprzednio nikt nie pomyślał, następuje rozczarowanie, gdy majster włoży uczniowi do ręki wózek, szpachlę i garnek do gipsu. Z drugiej strony jednak nie trzeba zapominać o tem, że tak samo rozpoczynali wszyscy majstrowie i pomocnicy, i że wszyscy odczuwali podobne rozczarowania w większej lub mniejszej mierze, aby później się przekonać, że tak było dobrze. Stąd jedyna rada: przy rysowaniu rozpoczynać od rzeczy najprostszych, a one same wskażą drogę ku udoskonaleniu się.

W szeregu artykułów zamierzam poprowadzić ucznia naprzód, chcę mu pomóc budować mosty tam, gdzie będzie myślał, że stoi nad przepaścią. Chcę mu objaśnić najdrobniejsze roboty i doprowadzić go do wyżyn, które dla ucznia są celem — do egzaminu na pomocnika.

Stąd trzeba przedewszystkiem uzbroić się w cierpliwość, a nie trzeba myśleć, że prace takie nie potrzebują być opisane. W życiu późniejszym przekona się każdy, że i to przyniosło korzyść.

Pierwsze, co przystępuje do ucznia malarskieskiego w jego nowem otoczeniu są farby. Te trzeba przedewszystkiem poznać, więc „Barwa i Rysunek“ poda cały ich szereg. Następnie poznać trzeba środki wiążące, pendzle, szablony, sprzęty i wszystko inne, co należy do zawodu. Jest tego wiele, i napewno nikt nudzić się nie będzie, gdy się zapozna ze wszystkiem. Tak samo nie mało jest tego, co czeka na pielęgnującą rękę ucznia. Wspomnę tu utrzymanie warsztatu w porządku. Naczynia i szablony oraz pendzle muszą być umyte. Uczeń winien się do tego przyzwyczaić, utrzymywać wszystko w należytym porządku, a robota nigdy nie

wyrośnie mu ponad głowę, a majster nigdy nie będzie miał powodu do nagany.

Gdy wszyscy uczniowie i młodzi pomocnicy wypełniać będą zadania swe starannie i starać się będą zgłębić wszystkie tajemnice rzemiosła, będzie można niezadługo o naszych następcach powiedzieć: „Są to samodzielni pracownicy, posiadający praktyczny chwyt, którzy postawieni przed poszczególn. zadaniem decydują się szybko, a postawieni na samodzielnem stanowisku, gotowi są do inteligentnego posłuszeństwa!“ Lepszej pochwały nikt dać nie może, ale nasze rzemiosło nabędzie wtenczas dopiero ten szacunek, na jaki zasługuje.

Nasamprzód opiszę farby, czyli pigmenty. Przytaczam je tak, że nazwy ich łatwo sobie można zapamiętać, przyczem podam, z jakich się tworzą składników i czy używa się ich w oleju, wapnie, kleju itd.

Estetyka barw

Różnorodność zastosowania barw. Grupy barw. Działanie barw na płeć. Zastosowanie barw w reklamie.

Działanie i znaczenie barw dla człowieka, zużytkowała też i reklama, a pierwszym krajem, który począł chętnie się posługiwać barwami w swej reklamie są Stany Zjednoczone. Dziś barwy stały się tam powszechnie używanym elementem ogłoszeniowym.

Użycie barw w reklamie jest różne. Na podstawie przeprowadzonej ankiety przez Printers Ink dowiadujemy się, że barw używano w reklamie, ponieważ: afisze barwne większą zwracają uwagę; wszelkie inne ogłoszenia barwne, jak katalogi, broszurki, cenniki, dzienniki itd. przedstawiają większą wartość artystyczną i dlatego przechowuje się je chętniej i dłużej; barwa znacznie prędzej działa na zmysły ludzkie od druku czarnego; ogłoszenia barwne są konieczne przy sprzedaży towarów barwnych, gdyż to decyduje o kupnie; barwa nadaje się do stworzenia pożądanego tła i zasłony w oknie wystawowym; barwne opakowanie i znak ochronny lepiej się pamięta.

Zachodzi teraz pytanie, jakich barw używać w reklamie?

Pytanie to było i jest zagadnieniem, którem zajmują się najtęźsi psychologowie i technicy reklamy. Badania psychologiczne coraz to nowsze podają poglądy.

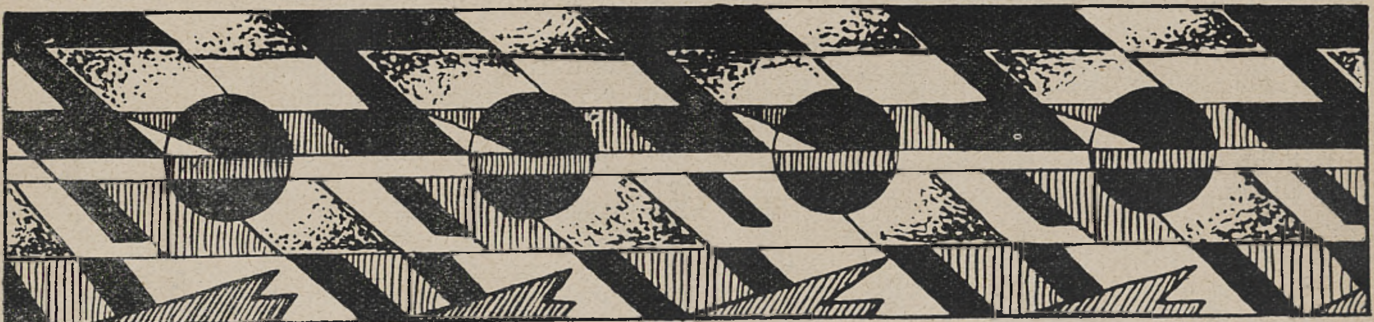
Każdy przedmiot ma swą indywidualną barwę: metal, drzewo, jedwab, porcelana, fajans, szkło, papier itd.

Całe bogactwo barw zarówno w przyrodzie jak i w sztuce i w reklamie, można sprowadzić do kilku barw zasadniczych: kolorowych i niekolorowych. Do barw niekolorowych należy barwa biała, czarna i ich połączenia, np. szara, która może być o różnych odcieniach.

Czyste barwy kolorowe sprowadzić można do trzech barw zasadniczych: żółtej, czerwonej i niebieskiej. Przy zmieszaniu dwu barw zasadniczych powstają barwy pochodne: żółta + czerwona = pomarańczowa i żółta + niebieska = zielona i niebieska + czerwona = fioletowa.

Barwa	Mężczyźni		Kobiety	
	ulubiony	nieulubiony	ulubiony	nieulubiony
Żółty	2	32	5	8
Czerwony . . .	22	7	42	8
Niebieski . . .	42	12	9	23
Biały	3	1	8	0
Pomarańczowy .	5	25	8	21
Zielony . . .	7	15	9	21
Fioletowy . . .	19	8	19	9

Na każdą z tych barw reagujemy uczuciowo inaczej, każda z nich budzi w nas pewien określony nastrój. Jest to fakt stwierdzony przez przez psychologów. Pewne kolory są lubiane przez ludzi, inne zaś nie. Najlepiej to przedstawia wyżej podane zestawienie, sporządzone przez prof. M. Wisslera z Columbia University w Nowym Jorku.



Z tego zestawienia wynika, że inne barwy lubią kobiety, a inne mężczyźni. Ulubioną barwą mężczyzn jest niebieska 42%, podczas gdy żółtej nie znosi 32% mężczyzn. Kobietom podoba się barwa czerwona 42%, a pomarańczowej nie znosi 31%. Po kolorze niebieskim najpopularniejszą u mężczyzn jest barwa czerwona 22% i fioletowa 19%, a u kobiet zaś idzie po czerwonej fioletowa 19%. Inne barwy mają u obu płci więcej wrogów, niż przyjaciół. Jedynie kolor biały nie odgrywa większej roli.

Wynikami temi można kierować się przy reklamowaniu towarów, z tych przeznaczonych dla mężczyzn, posługiwać się o ile możności barwą niebieską, a dla kobiet czerwoną. Jeżeli reklama odnosić się ma do obu płci, to najodpowiedniejszą jest barwa czerwona, a następnie fioletowa.

Powinno się przeto zwrócić uwagę na to, komu się zamierza dany towar sprzedać i odpowiednio dostosowywać ulubioną barwę, oraz o ile możności również dostosowywać ją i do samego towaru.

Następnie, chcąc zwrócić uwagę na jakieś przedmioty, trzeba przedstawić je w barwach zasadniczych tj. czerwonej, żółtej lub niebieskiej, a czasem tylko podobnej.

Barwy czerwone, żółte, pomarańczowe, to barwy ciepłe i powinny być używane przy reklamowaniu pieców, futer, odzieży itp. Barwa zielona jest natomiast barwą zimną i używaną być może przy reklamowaniu różnych napojów, łazienek, uzdrowisk itd. Barwa niebieska, jako poważna i sprawiająca wrażenie czystości, a zwłaszcza gdy znajduje się w połączeniu z barwą białą, używaną przeto być może przy reklamowaniu towarów, służących do czyszczenia artykułów higjenicznych, mydła itd.

Ponadto przy stosowaniu barw trzeba zwrócić uwagę na moment natury estetycznej. Barwy używane na afisze, w oknie wystawowym, czy inną formę reklamy, powinny tworzyć silne kontrasty, albo wspólnie się harmonizować.

Harmonja barw opiera się na bliskim pokrewieństwie koloru (harmonja cieniująca) bądź na ich wybitnej różnicy (harmonja kontrastowa).

W ostatnich czasach należy tutaj i zestawienie barw zasadniczych: żółta — wesoła + niebieska — spokojna; czerwona + żółta; niebieska + czerwona.

Szczególnie czerwona z niebieską jest w sztuce dekoracyjnej lubianą.

Na tej zasadzie, działanie trzech zasadniczych barw należy do estetycznego zestawienia, jak również i ich pochodne.

Na podstawie tych rozważań, wydawałoby się, że wszystkie zestawienia działają estetycznie w reklamie. Naturalnie, że przy intensywnie czystych tak być by mogło, ale niestety w praktyce mamy do czynienia raczej z barwami pochodnemi, aniżeli zasadniczo jaskrawemi. Im jednak większa jest siła świetlna barw, tem dowolniej mogą być one dostosowywane, ponieważ publiczność oddaje się tu elementarnej radości na widok pstrego przepychu barwnego i naogół na harmonję nie zwraca uwagi.

Wpływ przeto barwy na sprzedaż towarów jest olbrzymi. Barwa posiada siłę zwrócenia uwagi, i pobudzenia do kupna o 80% większą od innej formy. Używanie barwnej reklamy polecone jest nawet wtedy, gdy kolor nie stanowi głównej zalety towaru. Zwłaszcza, jeżeli chodzi o towary spożywcze, użycie barw opłaca się i dlatego też spotyka się kolorowe nalepki na blaszanych puszkach z konserwami, bo tego rodzaju towary są powszechnie żądane.

Chcąc jednak, aby posługiwanie się barwą w reklamie przyniosło najlepsze rezultaty, trzeba się zapoznać z techniką reklamy, aby w ten sposób móc podporządkować poglądy artystyczne interesowi handlowemu.

G. Czar

Farby organiczne

Karmin. Barwnik ten odgrywał niegdyś ważną rolę w barwieniu wełny. Obecnie zastąpiono go specjalnym preparatem. W zasadzie jest on barwnikiem z koszenili, a zawiera w sobie kwas karminowy, który wiąże się z kredą, glinką i klejem, na ciało we wodzie nie rozpuszczalne.

Lazur karminowy. Jest to mieszanina barwnika koszenilowego z glinką lub magnezją strąconą węglanem alkalicznym i zadaną roztworem

soli cynowej. Przebieg fabrykacji tej farby jest bardzo rozmaity i zależnie od tego, są różne odmiany lazurów karminowych, np. lazur florencki, paryski, monachijski, wiedeński itd. Lazury karminowe, jakoteż wspomniany powyżej karmin, nie są światłotrwałe. Zmieniają one barwę pod działaniem promieni świetlnych: mianowicie lazury bledną, natomiast karminy tępieją i ciemnieją.

Lazur krapowy (Krapplack). Jest to barwnik, na który składa się wyciąg krapowy, t. zw. garancyna, oraz roztwór soli glinowej i sody. Garancyna jest to przefermentowany wyciąg ze zmielonego korzenia krapu (marzanny), rośliny hodowanej przeważnie we Francji, koło miasta Avignon, i w Alzacji. Korzeń marzanny niezmielony znany jest np. „lizari" resp. „alizari"; zawiera on m. i. alizarynę i purpurynę. Alizaryna i purpuryna są to barwniki czerwone. Pierwsza tworzy barwniki z pośród organicznych najtrwalsze, zaś purpuryna pełznie na świetle już w krótkim czasie.

Karmin krapowy (Krappkarmin). Jest to mieszanina lazuru krapowego z lazurem karminowym.

Smocza krew (Drachenblut) jest żywicą z owoców tylnoindyjskiej palmy, t. zw. drzewa kalmusowego (Calamus draco). Znana była już w starożytności i już wtedy używana jako farba laserunkowa. Jest to barwnik koloru czerwonego, bardzo intensywny. Rozpuszczać można ją w alkoholu, eterze, oleju. Dziś stanowi farbę laserunkową dla lakierów i politury.

Indygo, w starożytności zwane indicum, jest produktem z rozmaitych tropikalnych roślin (np. Indigofera tinctoria), rosnących w Indjach, Chinach, Japonji, Środkowej Afryce i Ameryce. Od mniejwięcej IX wieku hoduje się we Francji i w Niemczech urzet, roślinę, która zawiera niewiele barwnika. Wydobywa się go z rośliny drogą fermentacji. Jakość indyga zależy od czystości i fizycznego składu surowca. W roku 1870 otrzymano sztuczne indygo z izatywy, produktu pochodnego ze smoły pogazowej. Indygo słynie od czasów starożytnych jako wartościowy barwnik tkanin. Jako farba olejna ma kolor czarnoniebieski, a zmieszana z bielą ołowiową, cynkową lub ochrami, blednie. Nie jest światłotrwałą. Zmienia też kolor, stając się brunatną. Wspomniane wyżej sztuczne indygo nie ustępuje w niczem produktowi naturalnemu.

Sepja, zwana u Plinjusza atramentum sepiae, jest cieczą głowonoga, mątwy (sepia, Tintenfisch) żyjącej w morzu Śródziemnem i Adrjatyku. Produkcja jej jest bardzo prosta. Wyjęte z mątwy gruczoły, zawierające ciecz barwiącą, suszy się na słońcu. Uzyskane w ten sposób ciało miele się i luguje ługiem potasowym. Po wygotowaniu i przesączeniu trawi się je kwasem siarkowym. Czarny barwnik, który zawiera sepja, nazywa się „melanin". Sepja nie jest też zupełnie światłotrwała, bo na świetle zmienia się nieco. Zwykle ma kolor ciemno-brunatny. Jest ona przytem najtrwalszą brunatną farbą pochodzenia organicznego. Używana jest przeważnie w akwareli. W handlu pojawia się w grudkach. Czasami spotkać można cieplejsze odcienie sepji, lecz zawierają one zwykle róż krapowy lub paloną umbrę.

Asfalt (Asphaltbraun), smoła ziemna, stopiona z szelakiem, woskiem i wenecką terpentyną, następnie zmieszana z olejem lnianym, może być użyta jako farba olejna, wyłącznie laserunkowa. Asfalt, użyty w warstwie grubej, schnie bardzo powoli, a po pewnym czasie marszczy się. Użyty jako podmalówka, łączy się z farbami na sobie leżącemi i zabrudza je. Zabrudzonych asfaltem farb regenerować nie można.

Mumja (Mumienbraun) była farbą preparowaną w połowie ubiegłego stulecia ze starożytnych, zabalsamowanych ciał (mumij) egipskich, zawierających wiele asfaltu, przez rozcieranie. Mumje były bowiem preparowane m. i. asfaltem, dlatego prawdziwa mumja zawiera asfalt i stoi mu najbliżej. Sztuczną, nieprawdziwą mumją, jest preparowany asfalt. W handlu spotykamy mumję jako ciało sproszkowane.

Sadza (Russschwarz) jest rozdrobnionym węglem, uzyskiwanym przy spalaniu (przy małym dostępie powietrza) oleju, łoju, smalcu, parafiny, smoły pogazowej itp. Sadza ma kolor czarnobrunatny. Jako farba jest bardzo trwała i kryje dobrze.

Chińskie tusze (także japońskie i inne) są preparatami z sadzy, do której dodaje się, jako spoiwa, kleju rybiego. Jakość tuszu zależy od staranności w doborze i wykonaniu sadzy, jako też od odpowiednio dobranego spoiwa. Dobry tusz odznacza się trwałością i ma złom muszlowy. Rozciera się we wodzie z trudnością. Roztarty z wodą, powinien być jednostajny, głęboko czarny i bez grudek.

Czerń z kości (Elfenbeinschwarz) jest węglem uzyskanym ze spalenia, zmielenia i przeszlamowania kości lub rogów różnych zwierząt. Kości odtłuszczone dają farbę koloru głęboko czarnego, zimnego, bez połysku. Czerń z kości, jako farba olejna, kryje dobrze, schnie jednak powoli.

Czerń z winorośli (Rebenschwarz) jest węglem uzyskanym ze spalonych nasion winorośli, przy pomocy suchej destylacji w żelaznych retortach. W porównaniu do czerni z kości jest koloru ciepłego. Czerń z winorośli, jak zresztą wszystkie wyżej wymienione farby czarne, jest farbą trwałą we wszystkich warunkach malowania.

Farby czarne fabrykuje się również ze zwęglonych korków, łupin orzechowych, pestek brzoskwiniowych, krwi zwierzęcej, smoły pogazowej (teru) itp.